

Hot Sale 2023: cuándo será la próxima edición de la que participan 900 marcas

24/04/2023



Como viene sucediendo desde hace más de 10 años, la Cámara Argentina de Comercio Electrónico realizará una nueva edición de **Hot Sale**, uno de los principales eventos de descuentos para compras online. Esta nueva edición tendrá lugar el **8, 9 y 10 de mayo**. “El objetivo es fortalecer el ecosistema, fomentando el desarrollo de la oferta de bienes y servicios e impulsar el crecimiento a través de este tipo de acciones de venta masiva online”, explicaron desde la cámara.

Este año, participarán del evento **959 marcas**, de las cuales **97 lo harán por primera vez** y **212 son empresas radicadas en el interior del país**, en provincias como Córdoba, Santa Fe, Tucumán y Mendoza que son las que tienen mayor participación.

Este año, Hot Sale cuenta con 11 categorías disponibles de

productos: electro y tecno; viajes; muebles, hogar y deco; indumentaria y calzado; deportes y fitness; supermercado; salud y belleza; motos y autos; bebés y niños; varios; y servicios. Además, habrá más de 16.000 productos en la sección Mega Ofertas en el sitio oficial que cuenta con el respaldo de la CACE: <https://www.hotsale.com.ar>.



Este año, participarán del evento 959 marcas, de las cuales 97 marcas que lo harán por primera vez

“Nos llena de satisfacción poder llevar a cabo una nueva edición de Hot Sale. Este año quisimos darle una mayor visibilidad a los emprendimientos además de trabajar para mejorar la experiencia de los usuarios que busquen ofertas y que puedan encontrarlas en un único lugar. Desde la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, invitamos a registrarse en el sitio oficial de Hot Sale y suscribirse a las notificaciones para estar al tanto de las novedades de los tres días del evento” comparte **Andrés Zaied**, presidente de la CACE.

Los números del sector

¿Cómo vienen los números del comercio electrónico? Según el último relevamiento de la cámara, en 2022 hubo más usuarios, más órdenes de compras y más productos vendidos. Sin embargo, este crecimiento no alcanzó para que la facturación total del año pasado de las compras online superara a la inflación. La explicación es que más gente compró más, pero servicios y productos más baratos.

Además de la situación económica general, con caída en el poder adquisitivo de los consumidores, también hay otros factores que explican este crecimiento de la facturación por debajo de la inflación: las empresas ofrecen menos financiación en cuotas -clave para acceder a los productos de más alto costo- y una menor oferta de productos disponibles, por las trabas a las importaciones. Dos situaciones que impactaron en la segunda mitad de 2022 especialmente.

Según el informe anual que elabora la Cámara de Comercio Electrónico y la consultora Kantar Insights, con encuestas a las empresas del sector, en 2022 se vendieron 422 millones de productos, un 11% más que en el año anterior. Y se realizaron 211 millones de órdenes de compra, un 8% más respecto al 2021.

En tanto, el ticket de compra promedio fue de \$13.488, un 74% más con respecto que el año previo. Y la facturación creció un 87% y alcanzó los \$2.846.000 millones. Es decir, en pesos, las ventas crecieron por debajo de la inflación del año pasado, que fue de 94,8 por ciento. Con todo, desde la cámara consideran que el comercio electrónico es un aliado de los consumidores para buscar precio, por eso estiman que la cantidad de transacciones va a seguir creciendo.

Fuente: Infobae